



TITLE:

生産財企業のサービスイノベーション戦略ーエフェクチュエーションと認知科学によるサービス創造ー(Abstract_要旨)

AUTHOR(S):

藤岡, 昌則

CITATION:

藤岡, 昌則. 生産財企業のサービスイノベーション戦略ーエフェクチュエーションと認知科学によるサービス創造ー. 京都大学, 2017, 博士(経済学)

ISSUE DATE:

2017-07-24

URL:

<https://doi.org/10.14989/doctor.r13118>

RIGHT:

許諾条件により本文は2018-02-01に公開; 学位論文として以下書籍を提出: 生産財企業のサービスイノベーション戦略: エフェクチュエーションと認知科学によるサービス創造; 藤岡昌則著. -- 東京: 東洋出版, 2016.11. -- xiii, 286p: 挿図; 21cm. -- 参考文献: p264-279. -- (BB22517190); <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BB22517190>

(続紙 1)

京都大学	博士（経済学）	氏名	藤岡 昌則
論文題目	生産財企業のサービスイノベーション戦略 ―エフェクチュエーションと認知科学によるサービス創造―		
(論文内容の要旨)			
<p>本論文は、「Servitization」研究において課題となっている「サービスパラドックス」を、企業がどのように乗り越えサービスイノベーションを活性化させるかに焦点を当てて研究しまとめたものである。理論領域として認知科学を基盤としたICRTによる「知識・技能のシステム化」及び「熟達研究」を基盤とした企業経営者の「意思決定の質」であるエフェクチュエーション並びに資源ベース理論から仮説理論概念枠組みを導出し、方法論としては、過程追跡法を取り入れた比較事例研究により分析的な一般化を試みている。</p> <p>比較事例として日本の生産財企業の中でもサービスイノベーション戦略で最も成功している先端事例としてコマツを、そして同業界トップの代表事例であるキャタピラーを選択し、コマツが2000年以降リモートモニタリング技術や自律無人化技術を駆使してソリューションサービスを創出し、売上高営業利益率を改善することでキャタピラーを追撃して行った点を対象とした。</p> <p>本論文の構成は次に述べる通りである。</p> <p>第1章では、序論として本稿の問題意識と先行研究に対する課題とアプローチの概要を示している。第2章では、認知科学研究における先行研究をレビューし、特に、今日のサービスイノベーションにおいて重要性が増してきている「知識・技能のシステム化」がどのような手法で行われているのかについて経営学や認知科学と関連させてレビューしている。第3章では、サラスバシ（Sarasvathy）による起業家のエフェクチュエーション研究、資源ベース理論、「サービストライアングル」についてレビューしている。</p> <p>第4章では、先行研究レビューからリサーチ・クエスションと分析概念枠組を導出し、理論サンプリングとしてどのような業界を選択するのか、また、方法論として過程追跡法とオーラルヒストリー法を取り入れることで明確な証拠に基づいた比較事例研究であることを示している。第5章では先端事例としてコマツを記述し、第6章では代表事例としてキャタピラーを記述している。第7章では、事例研究に対する考察を行いリサーチ・クエスションに沿って、先行研究レビューで導出した分析概念枠組の概念レンズを通して事例を見た時にサービスイノベーションがどの様に活性化され顧客価値の向上が図られているのかについて考察している。このような考察を通して先端事例と代表事例の特徴的なパターンの違いについて、おもに3点明らかにしている。第1に、「認知科学」を理論基盤としたICRTを適用し器用人の思考に基づいた「実践共同体」活動を通じて「知識・技能のシステム化」が成され「ソリューションのモデル化」が図られていること。第2に、「サービスパラドックス」は事業環境が不確実な中での企業経営者の「意思決定の質」が影響していること。第3に、顧客接点においてICRTが適用されることで、顧客の「製品使用の可視化・代替」が促進され、「サービストライアングル」において組織間の情報共有と柔軟な連携による「顧客志向のプロセス設計」が成され、新製品や新しいソリューションサービスが創出されることで「顧客価値」の向上に繋がっていることである。</p> <p>第8章では本稿の発見事項と含意を述べた上で、構築した概念枠組の限界と研究課題について述べた上で今後の展望を示している。</p>			

(続紙 2)

(論文審査の結果の要旨)

本論文は、生産財企業が「サービスパラドックス」を解決してサービスイノベーションを展開するための諸課題と解決方法を明らかにしようとした比較事例研究である。コマツとキャタピラーの比較事例研究を通じて、ICRTを適用するアプローチ、意思決定のスタイルの違いこそが生産財企業におけるサービスイノベーションの展開の差につながることを明らかにした点が、本論文の学術的な貴重な貢献である。

第1の貢献は、認知科学を基盤としたICRTの適用を行うことで「知識・技能のシステム化」が可能となりソリューションサービスをモデル化することが可能となる点を具体的な例示で示した点である。ソリューションサービスへの転換が広く主張されるようになってきているにもかかわらず、それが何を意味するか、どのように構成していくべきか、明確に語られることは少ない。それへのアプローチ、解決方法の1つを明らかにした意義は大きい。

第2の貢献は、「サービスパラドックス」を開く企業経営者の行動スタイルとしてエフェクチュエーションが有効であることを明らかにした点である。従来の研究では「サービスパラドックス」は資源劣化がその要因として捉えられてきた。これに対し、企業経営者のエフェクチュエーションによる意思決定は「実践共同体」活動を通じて資源構築活動を活性化し、顧客価値を向上させるサービスイノベーションが探究・開発されている。

第3の貢献は、サービス・プロセス、製品プロセス、顧客プロセスを結ぶ「サービストライアングル」において情報が共有され各プロセスが十分連携するために、企業経営者層が主体的に関与すること、下流から上流に働きかける「サービス性設計」を考慮することが有効であることを明らかにした点である。これはトップが指示したポリシーを形式的に現場が追求することも、現場が独自の認識や工夫をすすめていてもトップがそれに無関心であることも、ともにサービスイノベーションの展開を大きく制限することを意味する。

このような理論的実践的貢献をなす本論文であるが、いくつかの重要な問題点も抱えている。第1に、業界を越えてICRTとソリューションサービスの関係についての包括的な検討が不足している。第2に、「意思決定の質」を明示的に取り扱う上で、過程追跡法、オーラルヒストリー法、テキストマイニング分析のみに依拠しているために、経営者自らの思考法の解明が充実しているとは言えない。

しかし、以上のような問題点も本論文の学術的価値を損なうものではない。よって本論文は博士（経済学）の学位論文として価値あるものと認める。

なお、平成29年3月2日、論文内容とそれに関連した試問を行った結果、合格と認めた。

学識確認のための試問の結果

氏	名	藤岡昌則		
(試問の科目・方法・判定)				
	(科目)	(方法)	(判定)	(備考)
<u>専攻学術</u>				
	マーケティング	口頭	合格	
	サービス・マネジメント	口頭	合格	
	アントレプレナーシップ	口頭	合格	
<u>外国語</u>				
	英語	口頭	合格	
	スペイン語	口頭	合格	
(試問の結果の要旨)				
上記のとおり、専攻学術及び外国語の学力に関する試問の結果、本学大学院博士課程を修了した者と同等以上の学力を有することを確認した。				
平成29年3月2日				
試問担当者氏名				
	若林靖永			
	原良憲			
	末松千尋			